

# ¿Y después del 8 de marzo... qué?

**Un publicista, un maestro, un empresario, un guionista, un experto en protocolo y un sexólogo reflexionan sobre los pasos a dar desde hoy para lograr una igualdad real en sus profesiones**



YOLANDA VEIGA

«El patio lo siguen ocupando los chicos jugando al fútbol»

## Aitor Illarreta Profesor

«En el aula la premisa es educar en la igualdad real, aunque todavía hay diferencias. No hay más que salir al patio. ¿Quién ocupa el centro del espacio? Pues los chicos jugando al fútbol. Es cierto que también aceptan a alguna chica, pero siempre y cuando 'dé el nivel'. Por eso en nuestro colegio hemos establecido días sin balón en los que se hacen juegos colectivos: 'piedra, papel y tijera' en movimiento, 'campo quemado'... Co-



sa a las que jugábamos los profesores de niños y que los chavales no conocen porque ya apenas juegan en la calle. Desde hace años también se elige delegado y delegada de clase y en la fiesta de fin de curso hay un presentador y una presentadora. Eso se cuida muchísimo, pero en las aulas sigue habiendo mucha testosterona. Casi siempre son ellos los que levantan la mano, los que intervienen aunque sea a veces para decir una cho-

rrada. De ellos se espera, de ellas no. Y cuando alguna toma la iniciativa, los chicos oponen cierta resistencia. Siempre se puede hacer más, pero no solo desde el punto de vista educativo. ¿Quién ayuda a los niños pequeños a subir y bajar del autobús? Una mujer. ¿Y el conductor? Ese sí es hombre. ¿Quién da de comer a los chavales en el comedor, quién limpia el colegio? Eso lanza un mensaje a las niñas. Sin olvidar que el 80% de los docentes son mujeres, cuando lo ideal sería que hubiese más hombres profesores, igual que más mujeres ingenieras, o que a las futbolistas les sacaran en los periódicos igual que a los chicos. Precisamente eso se trabaja mucho en clase: tratamos de ofrecer referentes deportivos mujeres para que las adolescentes no abandonen el deporte, que es algo habitual».

«Hay mujeres que se culpan por 'no dar la talla'»

## Roberto Sanz Sexólogo

«Aún mantenemos la doble moral: la sexualidad masculina puede ser pública, positiva y fomentada pero la femenina hay que controlarla. Ahora está muy de moda el 'consentimiento', lo que da una idea de los privilegios que ha tenido el hombre siempre sin ser siquiera consciente. Pero ahora la idea es muy clara: si no hay un 'sí' es un 'no' y muchos hombres se están sintiendo ofendidos, es impresionante la resistencia



que están poniendo algunos. Pero si te sientes ofendido porque necesitas el permiso de una mujer para mantener relaciones quizá es porque alguna vez no lo has pedido. También ha habido hombres cabreados con el anuncio de Gillette que muestra un modelo masculino cariñoso alejado del tradicional tipo duro. Es muy interesante porque apuesta por una masculinidad más empática. ¿Y qué ha sucedido? Que muchos han

dicho que no vuelven a comprar Gillette. Individualmente también hay mucho trabajo por hacer: la mujer ha pasado de ser castigada por tener relaciones sexuales a la ansiedad por tener muchas relaciones y todas exitosas. Luego la realidad es que muchas mujeres llegan a consulta frustradas porque no tienen orgasmos. El problema es que la tendencia sexual dominante es la penetración y ésa es una práctica poco adecuada para el orgasmo femenino, que sin embargo acelera mucho el masculino. Ves una película y las relaciones son siempre un coito exitoso entre una mujer liberada y fogosa y un hombre muy diestro en el sexo. Allí nadie se cae de la cama. Pero la realidad es otra y esa realidad a veces genera vergüenza y culpa en la mujer, que cree que 'no da la talla', que lo hace mal».

«No sabemos cómo aumentar el ratio de chicas en Ingeniería»

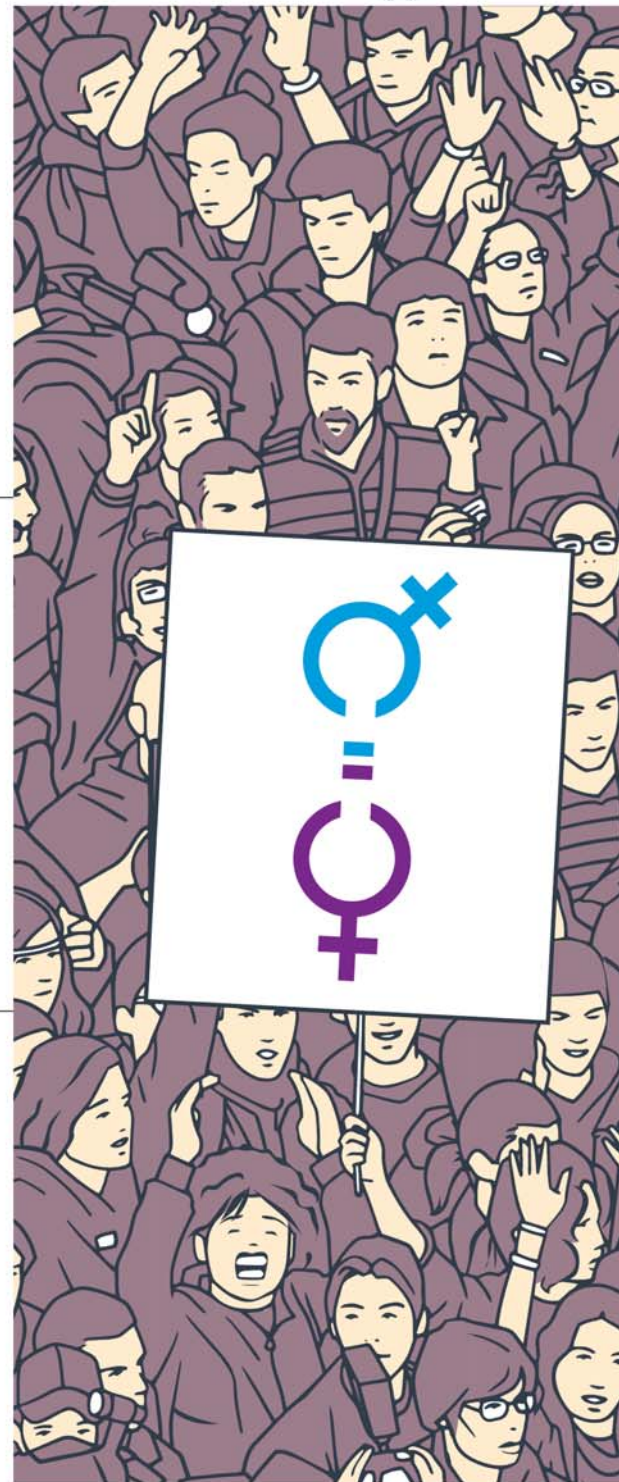
## Eduardo Aretxaga Director general de Confebask

«Tenemos un reto, igual que lo tiene la sociedad. No toda la solución para lograr la igualdad está en la empresa. También hay que trabajar desde la educación, la familia... pero somos parte de la solución. Y se está avanzando. En la cultura empresarial se contempla la cultura de género y en Euskadi la brecha salarial está por debajo de otras zonas. Pero todavía tenemos que avanzar para dar facilidades a los padres y a las madres, por-



que la conciliación no es ni de unos ni de otras. Compartimos esa prolongación de los permisos de paternidad porque hay que hacer una inversión en la infancia desde el punto de vista empresarial. El reto demográfico es grande: se jubila más gente de la que entra a trabajar, y hay que arriar el hombro. La selección de personal está basada en méritos y talentos, no es una cuestión de hombres o mujeres, ningún empresario

va a ser tan suicida como para descartar a la mitad de la gente. En ramas industriales se necesitan mujeres y, por ejemplo, en las especialidades de FP en ese campo solo hay un 5% de presencia femenina. Igual que en Ingeniería. La empresa demanda ingenieros, pero el 75% son chicos y no sabemos ya qué hacer por aumentar los ratios de chicas. En Magisterio, sin embargo, la proporción será del 80% y el 20%. Hay que romper con esos datos. Lo que si estamos viviendo es un aumento de directivas. Las mujeres que tienen 40 ó 50 años son fruto del 'baby boom' y se incorporaron al mercado laboral igual que los hombres. Aunque solo sea por una cuestión demográfica vamos a tener cada vez más mujeres en puestos altos. Hay que facilitar la promoción a las mujeres que quieren promocionarse».





**BILBAO.** Reservar en los colegios unos 'días sin balón' o elegir obligatoriamente delegada y delegado de clase. Sacar a hombres empáticos e interesantes anunciando espuma de afeitar en lugar de al tipo duro de siempre, al machote trasnochado. Favorecer la promoción de las mujeres en las empresas sin penalizarlas por ser madres. Desterrar trata-

mientos rancios como 'fulanito de tal y señora' atribuidos a la buena educación, porque de buena educación nada. Mostrar escenas eróticas en el cine en las que los protagonistas no sean siempre una pareja guapa, fogosa y diestra en la cama, un modelo de sexualidad centrado en el coito exitoso que genera en algunas mujeres culpa y miedo a 'no dar

la talla'. Escribir guiones de series de televisión con protagonistas mujeres independientes... Aquí media docena de propuestas, propósitos para este año, el siguiente y los que vengan. Iniciativas que promueven cambios de actitud, de pensamiento, de lenguaje... para trabajar por una igualdad real que dé continuidad a la histórica movilización del

EL TRABAJO

**24%**

menos cobran las mujeres que los hombres en Euskadi

Los estudios

**En la Universidad las chicas son mayoría y representan ya el 54,3%**

pasado viernes. Seis hombres de distintos ámbitos profesionales enumeran los retos que tenemos que asumir como sociedad. Ellos se marcan el feminismo como meta en sus campos de trabajo: la publicidad, la sexología, la empresa, el protocolo, la comunicación y la educación. Y se prestan a hacer de punta de lanza para que cunda el ejemplo.



«Es interesante el universo femenino de la serie 'Vis a vis'»

**Josep Gatell Guionista de televisión**

«Venimos de una época en la que los personajes femeninos de ficción eran la esposa, la secretaria, la amante... el apoyo de un protagonista hombre. Hoy eso estaría fuera de lugar, igual que una serie que cuente la historia de una mujer que solo quiere casarse y quedarse en casa o un gag como el de 'Mi marido me pega' de Martes y Trece. La ficción puede hacer mucho por la igualdad y hay cantidad de ejemplos de personajes feme-



ninos independientes y con historias propias. Como los de 'Vis a vis', una serie que muestra un universo femenino con un toque alternativo, mujeres independientes en situación de vulnerabilidad. Si hace unos años nos hablan de una serie carcelaria pensaríamos en 'Prison Break' o en 'La fuga de Alcatraz', pero no en mujeres. La película 'Carmen y Lola' también es un buen ejemplo porque relata la historia de dos gitanas lesbianas, algo

muy válido como en su día lo fue 'Brokeback Mountain'. 'House of Cards' gira en torno a un personaje masculino, pero el femenino interpretado por Robin Wright tiene un peso muy importante, como las protagonistas de 'The Good Wife', mujeres que tienen un despacho de abogados, que ganan casos... Muestran una realidad aspiracional muy interesante. Incluso el personaje de Ana Duato en 'Cuéntame'. Al principio era: 'Merche, cállate que no te enteras', pero luego evoluciona tremendamente. Monta un negocio, se saca el camé de conducir aunque se ría de ella todo el barrio empezando por su marido... 'Madre' de Sorogoyen, la serie de Leticia Dolera 'Déjate llevar', el thriller 'Sin identidad'... aunque el cambio real vendrá cuando haya más mujeres dirigiendo equipos de guión».

«Hoy sería impensable un spot como el de 'cuerpos Danone'»

**Jesús Lada Publicista**

«Hace no tantísimos años se hacían anuncios con eslóganes del tipo: 'Cuando tu marido llegue a casa después de un día de trabajo tenle preparada una copa de brandy' y hace muchos menos se hablaba en publicidad de 'cuerpos Danone'. Hoy lo ves y dices: ¡Dios mío! Desde hace cuatro o cinco años las marcas además han adquirido un compromiso con el medio ambiente, con la lucha contra el bullying... y con la igual-



dad. En Dove probablemente fueron los primeros en tocar este punto con esa campaña revolucionaria que hacía apología de la belleza real y sacaron anunciando cremas a chicas en ropa interior que tenían sobrepeso, mala piel... El filtro de la igualdad es super necesario y yo lo pongo siempre. A propósito de esto acabo de hacer dos campañas. Una para promocionar 'Capitana Marvel' en la que el eslogan es 'Mujer tenías

que ser', una frase a la que hemos dado la vuelta para decir precisamente lo contrario de lo que siempre ha significado. Y otra de una entidad bancaria en la que contamos la historia de una niña que logra jugar al fútbol en un equipo de chicos. Por cierto que ahora siempre que se hacen spots sobre fútbol se incluyen mujeres; eso ayuda, proyectas modelos ideales, aunque luego no sean muy reales. Una campaña muy ejemplar fue la de 'Like a Girl' ('Como una chica'), que anunciaba cremas, y en la que se pedía a chicos y a personas adultas que corrieran «como lo haría una niña». Todos corrían haciendo el tonto, de forma patosa... El spot buscaba romper barreras, acabar con expresiones que no tienen maldad, que decimos sin darnos cuenta pero que son peyorativas».

«Hay que acabar con eso de 'Sr. Fernández y señora'»

**Gerardo Correas Experto en protocolo**

«El protocolo no hacía otra cosa que reflejar el machismo latente en la sociedad. Y, por tanto, está obligado a modificar sus parámetros. En algunas cuestiones, de forma inmediata. Por ejemplo en las 'invitaciones'. Se acabó lo de 'Sr. Fernández y señora' que vemos todavía en algunos casos. También está trasnochada y hay que desterrar aquella costumbre que consideraba una descortesía situar a las mujeres en los extremos



de la mesa. Insistimos en que las mujeres que acuden a un evento deben ser tratadas por su cargo, no por su condición sexual. A este respecto, cabe destacar la tremenda frase de 'teoría del descanso matrimonial', queriendo decir que hay que separar a los matrimonios en los actos sociales. En un evento tiene sentido alternar a los asistentes de distintos sexo para mejorar la relación social. Hagámoslo, pero evitemos llamarlo así.

También hasta ahora se tendía a hablar de 'las cónyuges', ya que lo normal era invitar a señoras a los que acompañaban sus mujeres. Esto tiene obligatoriamente que cambiar y cónyuge será aquel acompañante de la persona que ha sido invitada al acto, sin pensar si es hombre o mujer. Pensemos que dentro de 30 años, tal y como están configuradas las líneas de sucesión de las casas reales europeas, las cabezas del Estado serán mujeres. Más, si a la esposa del presidente se le llama primera dama, ¿cómo se llama al esposo de la presidenta? Por cierto, que de una primera dama se esperan funciones como la atención a ONG, mientras que al esposo de la presidenta se le deja tranquilo o se dedica a 'cosas de hombres'. En resumen, en el mundo del protocolo se puede hacer mucho por la igualdad».